

立德 敬业
博学 竞先



中国传媒大学



中国传媒大学 2016届毕业生 就业质量报告

2016年12月

中国传媒大学毕业生就业质量报告

(2016 届)

长期以来,中国传媒大学始终坚持“一心求质量、一致谋发展、一切为学生”的办学理念和“以人为本、全面发展、特色发展、创新发展”的发展思路,积极围绕学校的办学定位、人才培养目标开展育人工作,形成了符合社会发展需要的人才培养机制,也初步形成了符合我校学科特色的、以人为本的学生就业创业工作系统。多年来为我国的政治、经济和社会发展,以及党和国家的传媒事业培养和输送了一大批优秀人才。

2016年,面对就业创业工作在新形势下出现的新特点、新问题,学校深入贯彻落实党中央国务院及教育部、北京市相关就业创业工作的精神和要求,创新思路、积极作为,优化服务、提升内涵,不断完善就业创业工作长效机制与服务体系,努力提升就业创业工作服务水平。截至10月31日,中国传媒大学2016届毕业生就业率为96.67%,毕业生就业流向更加多元,就业质量稳步提升。

一、毕业生基本情况

(一) 毕业生规模与结构

2016年,中国传媒大学共有各学历层次全日制毕业生3811人(不包括港澳台、留学生、在职、继续教育毕业生)。其中,本科专业67个(含第二学士学位专业1个),毕业生2056人(含第二学士学位毕业生43人);硕士专业86个,毕业生1368人;博士专业31个,毕业生153人;高职专业4个,毕业生234人。

按经济状况划分,3811名毕业生中家庭经济困难毕业生481人,占总比

12.62%；按性别划分，男生 1251 人、女生 2560 人，男女比例为 1:2.046；按生源地区划分，来自东部、中部、西部和东北部的毕业生分别占 42.98%、26.13%、20.68%、10.21%；少数民族学生 354 人，占毕业生总人数 9.29%。

表 1 中国传媒大学 2016 届毕业生规模与结构

	总人数		男生		女生		少数民族	
	人数	比例	人数	比例	人数	比例	人数	比例
本科生¹	2056	53.95%	698	33.95%	1358	66.05%	215	10.46%
硕士生	1368	35.90%	387	28.29%	981	71.71%	111	8.11%
博士生	153	4.01%	51	33.33%	102	66.67%	10	6.54%
高职	234	6.14%	115	49.15%	119	50.85%	18	7.69%
总计	3811	100.00%	1251	32.83%	2560	67.17%	354	9.29%

表 2 中国传媒大学 2016 届毕业生生源地规模与结构

地域	本科	硕士研究生	博士研究生	高职	总计	
中部地区	421	471	22	82	996	26.13%
东部地区	878	586	105	69	1638	42.98%
西部地区	511	204	13	60	788	20.68%
东北地区	246	107	13	23	389	10.21%

（二）就业率与就业结构

1. 总体情况

截至 2016 年 10 月 31 日²，中国传媒大学 2016 届毕业生中落实就业去向

¹ 以下报告中涉及本科生数据均包含第二学士学位毕业生。

² 以下全文引用数据截止日期均为 2016 年 10 月 31 日。

³3684人,总体就业率⁴为96.67%。从各学历层次来看,本科毕业生落实就业去向1983人,就业率为96.45%;硕士毕业生落实就业去向1318人,就业率为96.35%;博士毕业生落实就业去向150人,就业率为98.04%;高职毕业生落实就业去向233人,就业率为99.57%。



图 1 中国传媒大学 2016 届毕业生毕业去向情况

2. 分学历层次就业情况

中国传媒大学 2016 届共有本科毕业生 2056 人,其中,签约工作比例为 12.94%,国内升学比例为 17.61%,出国(境)留学比例为 18.04%,创业比例为 0.97%,灵活就业比例为 46.79%。

硕士毕业生 1368 人,其中,签约工作比例为 52.12%,国内升学比例为 2.92%,出国(境)留学比例为 1.17%,创业比例为 2.05%,灵活就业比例为 38.08%。

博士毕业生 153 人,其中,签约工作比例为 78.43%,国内升学比例为 5.23%,创业比例为 0.00%,灵活就业比例为 14.38%。

¹ 落实就业去向=国内升学+出国(境)留学+签就业协议(劳动合同)+灵活就业+自主创业+参军入伍+志愿服务西部。

⁴ 就业率=(国内升学+出国(境)留学+签就业协议(劳动合同)+灵活就业+自主创业+参军入伍+志愿服务西部)/毕业生总数 X100%。

表 3 中国传媒大学 2016 届各学历层次毕业生就业率与就业结构

就 业 形 式	本 科		硕 士		博 士		高 职		总 计	
	人数	比例	人数	比例	人数	比例	人数	比例	人数	比例
签协议(合同)	266	12.94%	713	52.12%	120	78.43%	11	4.70%	1110	29.13%
国内升学	362	17.61%	40	2.92%	8	5.23%	34	14.53%	444	11.65%
出国(境)留学	371	18.04%	16	1.17%	-	-	11	4.70%	398	10.44%
灵活就业	962	46.79%	521	38.08%	22	14.38%	146	62.39%	1651	43.33%
自主创业	20	0.97%	28	2.05%	-	-	23	9.83%	71	1.86%
志愿服务西部	2	0.10%	-	-	-	-	-	-	2	0.05%
参军入伍	-	-	-	-	-	-	8	3.42%	8	0.21%
待就业	73	3.55%	50	3.65%	3	1.96%	1	0.43%	127	3.33%
就业率	96.45%		96.35%		98.04%		99.57%		96.67%	

3. 分学部(院)、分专业就业情况

中国传媒大学 2016 届毕业生分布在 11 个学部(直属学院), 总体就业率为 96.67%。其中, 经管学部、外国语学院、继续教育学部(高职学历)就业率高 于 99%; 此外, 新闻传播学部、协同创新中心、理工学部、播音主持艺术学院就业 率高 于 95%; 广告学院、艺术学部、马克思主义学院、文法学部毕业生就业率不 足 95%。

(1) 本科毕业生

中国传媒大学 2016 届本科毕业生分布在 8 个培养单位、14 个学院、67 个专 业, 各学(部)院、各专业毕业生就业情况详见表 4。

表 4 本科毕业生分学部(院)、分专业就业情况

学部(院)	学院	专业	签约工作	国内升学或出国留学	灵活就业	创业	其它 ⁵	总人数	就业率	单位就业率	
新闻传播学部	电视学院	编辑出版学(新媒体编辑方向)	2	16	10	-	-	28	100.00%	98.18%	
		广播电视编导(电视编辑方向)	2	20	11	1	-	34	100.00%		
		广播电视新闻学	7	28	9	-	-	47	93.62%		
		摄影(电视摄影方向)	4	11	11	-	-	28	92.86%		
	新闻学院	传播学	7	17	11	-	-	35	100.00%		
		传播学(媒体市场调查与分析方向)	2	11	14	-	-	27	100.00%		
		媒体创意	4	11	16	-	-	31	100.00%		
		新闻学	2	17	7	-	-	26	100.00%		
		新闻学(数据新闻报道方向)	-	10	8	-	-	18	100.00%		
	艺术学部	动画与数字艺术学院	动画	8	18	47	-	-	80		91.25%
数字媒体艺术(数字影视特效方向)			4	12	16	1	1	34	100.00%		
数字媒体艺术(网络多媒体方向)			5	11	17	-	-	42	78.57%		
数字游戏设计(游戏设计技术方向)			9	9	11	-	-	29	100.00%		
数字游戏设计(游戏设计艺术方向)			4	4	16	-	-	27	88.89%		
戏剧影视学院		表演	-	5	16	-	-	22	95.45%		
		导演	1	3	16	-	-	21	95.24%		
		导演(剪辑艺术与技术方向)	2	5	9	-	-	17	94.12%		
		广播电视编导(文艺编导、综艺节目编导方向)	7	16	17	-	-	43	93.02%		
		摄影(电影电视剧摄影方向)	-	3	8	-	-	12	91.67%		
		摄影(图片摄影方向)	1	8	12	-	-	21	100.00%		
		戏剧影视美术设计	3	10	12	-	-	30	83.33%		
		戏剧影视文学	-	13	13	-	-	29	89.66%		
		照明艺术	2	13	6	-	-	23	91.30%		
		音乐与录音艺术学院	录音艺术(音响导演方向)	4	16	10	-	-	30	100.00%	
			录音艺术(音响工程方向)	-	9	17	-	-	26	100.00%	
			音乐学	5	14	35	-	-	55	98.18%	
			音乐学(声乐表演方向)	-	5	3	-	-	8	100.00%	

⁵ “其它”包含的就业形式为“志愿服务西部”和“参军入伍”。

学部 (院)	学院	专业	签约 工作	国内升学 或 出国留学	灵活 就业	创 业	其 它 ⁶	总 人 数	就 业 率	单 位 就 业 率
理工学部	计算机学院	计算机科学与技术	1	8	16	-	-	27	92.59%	97.27%
		信息安全	4	8	15	-	-	27	100.00%	
	理学院	光信息科学与技术	4	5	14	-	-	23	100.00%	
		信息与计算科学	2	9	7	-	-	18	100.00%	
	信息工程学院	电子信息工程	8	24	52	2	-	88	97.73%	
		广播电视工程	10	28	45	1	-	84	100.00%	
		数字媒体技术	2	37	31	-	-	72	97.22%	
		通信工程	9	26	33	-	-	72	94.44%	
		网络工程	6	4	9	4	-	25	92.00%	
		自动化	5	11	21	2	-	40	97.50%	
文学学部	文学院	对外汉语	2	13	8	-	-	23	100.00%	100%
		汉语言(应用语言学方向)	1	8	10	1	-	20	100.00%	
		汉语言文学	3	7	12	1	-	23	100.00%	
	政治与法律学院	法学	5	14	14	1	-	34	100.00%	
经管学部	经济与管理学院	工商管理	2	3	10	-	-	15	100.00%	99.47%
		国际经济与贸易	3	5	8	1	-	17	100.00%	
		行政管理	4	7	14	-	-	25	100.00%	
		会计学	3	7	12	-	-	22	100.00%	
		经济学(传媒经济管理)	3	9	7	1	1	21	100.00%	
		市场营销	1	4	9	1	-	15	100.00%	
		文化产业管理(文化经纪方向)	1	11	20	1	-	33	100.00%	
		文化产业管理(影视制片管理方向)	1	6	12	-	-	19	100.00%	
		信息管理与信息系统	1	7	13	-	-	22	95.45%	
播音主持艺术学院	播音与主持艺术	24	22	52	-	-	101	97.03%	97.22%	
	播音与主持艺术(二学位)	26	-	16	-	-	43	97.67%		

⁶ “其它”包含的就业形式为“志愿服务西部”和“参军入伍”。

学部(院)	专业	签约工作	国内升学或出国留学	灵活就业	创业	其它 ⁷	总人数	就业率	单位就业率
广告学院	公共关系学	3	10	14	1	-	29	96.55%	91.89%
	广告学	3	9	22	-	-	37	91.89%	
	新媒体与信息网络(新媒体网络营销方向)	7	13	18	-	-	38	100.00%	
	艺术设计	2	12	22	-	-	44	81.82%	
外国语学院	朝鲜语	2	5	3	-	-	10	100.00%	99.43%
	德语	1	11	1	-	-	13	100.00%	
	俄语	3	7	3	-	-	13	100.00%	
	法语	3	8	2	-	-	13	100.00%	
	葡萄牙语	8	5	2	-	-	15	100.00%	
	日语	3	8	2	-	-	13	100.00%	
	西班牙语	3	5	4	-	-	12	100.00%	
	英语	4	6	7	-	-	17	100.00%	
	英语(国际新闻方向)	2	8	12	-	-	22	100.00%	
	英语(节目主持方向)	3	17	6	1	-	27	100.00%	
	英语(影视剧译制方向)	3	11	6	-	-	21	95.24%	
总计		266	733	962	20	2	2056	96.45%	

(2) 硕士毕业生

中国传媒大学 2016 届硕士毕业生分布在 10 个培养单位、21 个学院、86 个专业，各学院、各专业毕业生就业情况详见表 5。

⁷ “其它”包含的就业形式为“志愿服务西部”和“参军入伍”。

表 5 硕士毕业生分学部(院)、分专业就业情况

学部(院)	学院	专业	签约工作	国内升学 或 出国留学	灵活就业	创业	总人数	就业率	单位 就业率
新闻传播学部	传播研究院	编辑出版学	4	-	2	-	6	100.00%	99.14%
		出版	8	-	2	-	10	100.00%	
		传播学	30	2	5	-	37	100.00%	
		传媒教育	4	-	1	-	5	100.00%	
		国际新闻学	14	2	4	-	20	100.00%	
	电视学院	编辑出版学	1	-	3	-	4	100.00%	
		传播学	5	-	1	-	6	100.00%	
		广播电视	19	2	28	-	51	96.08%	
		广播电视新闻学	-	-	1	-	1	100.00%	
		广播电视学	18	2	14	1	35	100.00%	
		广播电视艺术学	5	-	2	-	7	100.00%	
		国际新闻学	23	4	6	-	33	100.00%	
		汉语国际教育	2	-	-	-	2	100.00%	
		新闻与传播	20	-	10	-	30	100.00%	
	新闻学院	传播学	5	1	3	-	9	100.00%	
		广播电视学	2	-	7	-	9	100.00%	
		新闻学	32	2	10	-	45	97.78%	
		新闻与传播	19	-	11	-	30	100.00%	
		舆论学	5	-	3	-	8	100.00%	
艺术学部	动画与数字艺术学院	动画学	5	1	9	-	16	93.75%	95.82%
		广播电视	12	-	8	1	23	91.30%	
		计算机技术	3	-	-	-	3	100.00%	
		数字媒体艺术	6	-	7	-	14	92.86%	
		游戏	2	-	1	1	4	100.00%	
	戏剧影视学院	电影	1	-	13	-	14	100.00%	
		广播电视	9	-	21	1	32	96.88%	
		广播电视艺术学	10	-	28	1	40	97.50%	
		美术学	6	-	3	-	9	100.00%	

学部(院)	学院	专业	签约工作	国内升学或出国留学	灵活就业	创业	总人数	就业率	单位就业率
艺术学部	艺术研究院	电影学	6	2	13	-	22	95.45%	95.82%
		戏剧戏曲学	3	-	2	-	5	100.00%	
		艺术学	4	6	8	-	18	100.00%	
		艺术与科学	1	-	2	-	3	100.00%	
	音乐与录音艺术学院	广播电视	4	-	10	-	16	87.50%	
		广播电视艺术学	6	-	2	-	9	88.89%	
		音乐学	6	-	5	-	11	100.00%	
理工学部	计算机学院	集成电路工程	1	-	1	-	2	100.00%	95.85%
		计算机技术	10	-	5	-	16	93.75%	
		计算机软件与理论	1	1	1	-	3	100.00%	
		计算机应用技术	6	-	7	-	13	100.00%	
		软件工程技术	5	-	2	-	7	100.00%	
		信号与信息处理	2	1	-	-	3	100.00%	
	理学院	计算数学	4	1	-	-	6	83.33%	
		应用数学	4	1	2	-	7	100.00%	
	信息工程学院	电磁场与微波技术	7	2	2	-	12	91.67%	
		电路与系统	1	-	3	-	4	100.00%	
		电子与通信工程	28	1	12	-	42	97.62%	
		集成电路工程	3	-	1	-	7	57.14%	
		通信与信息系统	30	3	17	-	51	98.04%	
	信号与信息处理	13	-	7	-	20	100.00%		
文法学部	汉语国际教育学院	汉语国际教育	10	6	14	-	32	96.88%	86.58%
		语言学及应用语言学	8	2	2	-	14	85.71%	
	文学院	比较文学与世界文学	3	1	3	-	9	77.78%	
		汉语国际教育	7	-	11	-	22	81.82%	
		汉语言文字学	4	-	-	-	7	57.14%	
		文艺学	2	1	6	-	10	90.00%	

学部 (院)	学院	专业	签约 工作	国内升学 或 出国留学	灵活 就业	创业	总人数	就业率	单位 就业率	
文法学部	文学院	语言学及应用语言学	3	-	2	-	6	83.33%	86.58%	
		中国古代文学	3	-	4	-	7	100.00%		
		中国现当代文学	5	-	6	-	13	84.62%		
	政治 与法律 学院	传播学	5	-	2	-	7	100.00%		
		国际关系	1	-	5	-	8	75.00%		
		外交学	2	1	1	1	5	100.00%		
		政治学理论	2	2	3	-	9	77.78%		
经管学部	经济 与 管理 学院	产业经济学	2	-	2	-	4	100.00%	99.60%	
		传媒经济学	3	-	9	-	12	100.00%		
		管理科学与工程	6	-	4	-	10	100.00%		
		广播电视	5	1	10	1	17	100.00%		
		行政管理	1	-	2	-	3	100.00%		
		企业管理	5	1	4	1	11	100.00%		
	商 学院	工商管理	110	1	20	16	148	99.32%		
		文化 发展 研究 院	广播电视	17	-	18	1	36		100.00%
			文化产业	6	-	3	-	9		100.00%
协同创 新中心	新媒 体研 究院	广播电视	14	1	10	-	26	96.15%	96.88%	
		新媒体	3	-	3	-	6	100.00%		
播音主持艺 术学院		广播电视	18	-	13	-	34	91.18%	90.77%	
		广播电视艺术学	7	-	5	-	15	80.00%		
		广播电视语言传播	6	-	5	-	11	100.00%		
		新闻与传播	4	-	1	-	5	100.00%		
广告学院		公共关系	-	1	-	-	1	100.00%	100.00%	
		广告学	11	1	15	-	27	100.00%		
		设计艺术学	2	-	3	-	5	100.00%		
		新媒体	1	-	3	-	4	100.00%		
		新闻与传播	8	-	13	-	21	100.00%		

学部(院)	专业	签约工作	国内升学 或 出国留学	灵活就业	创业	总人数	就业率	单位 就业率
外国语学院	外国语言学及应用语言学	3	1	5	-	9	100.00%	100.00%
	英语语言文学	3	-	6	-	9	100.00%	
马克思主义学院	马克思主义基本原理	3	-	-	2	5	100.00%	93.75%
	思想政治教育	4	2	4	-	11	90.91%	
总计		713	56	521	28	1368	96.35%	

(3) 博士毕业生

中国传媒大学 2016 届博士毕业生分布在 7 个培养单位、14 个学院、31 个专业，各学部(院)、各专业毕业生就业情况详见表 6。

表 6 博士毕业生分学部(院)、分专业就业情况

学部(院)	学院	专业	签约工作	国内升学	灵活就业	总人数	就业率	单位 就业率
新闻传播学部	传播研究院	编辑出版	2	-	-	2	100.00%	98.31%
		传播学	13	1	2	16	100.00%	
		国际新闻学	5	-	-	5	100.00%	
		新闻学	1	-	-	1	100.00%	
		舆论学	3	-	-	4	75.00%	
	电视学院	广播电视新闻学	7	-	-	7	100.00%	
		广播电视学	6	1	3	10	100.00%	
	新闻学院	传播学	1	-	-	1	100.00%	
		广播电视新闻学	3	-	-	3	100.00%	
		广播电视学	2	-	-	2	100.00%	
		新闻学	4	3	1	8	100.00%	

学部 (院)	学院	专业	签约 工作	国内 升学	灵活 就业	总人数	就业率	单位 就业率
艺术 学部	动画与 数字艺术 学院	动画学	4	-	1	5	100.00%	100.00%
		数字媒体艺术	5	-	-	5	100.00%	
	戏剧影视 学院	广播电视艺术学	5	-	1	6	100.00%	
	艺术 研究院	电影学	6	-	-	6	100.00%	
		广播电视艺术学	5	1	1	7	100.00%	
		戏剧戏曲学	2	-	-	2	100.00%	
		艺术学	3	1	1	5	100.00%	
	艺术与科学	1	-	-	1	100.00%		
	音乐与 录音艺术 学院	广播电视艺术学	2	-	-	2	100.00%	
理工 学部	计算机 学院	通信与信息系统	1	-	-	1	100.00%	90.00%
		信息计算技术	-	-	-	1	0.00%	
	信息工程 学院	电磁场与微波技术	3	-	-	3	100.00%	
		通信与信息系统	12	-	1	14	92.86%	
		艺术与科学	1	-	-	1	100.00%	
文法 学部	文学院	文艺学	1	-	-	1	100.00%	100.00%
		语言学及应用语言学	7	1	3	11	100.00%	
经管学 部	经济与管 理学院	传媒经济学	2	-	4	6	100.00%	100.00%
	文化发展 研究院	文化产业	1	-	-	1	100.00%	
播音主持艺术学院		广播电视语言传播	5	-	1	6	100.00%	100.00%
广告学院		广告学	7	-	3	10	100.00%	100.00%
总计			120	8	22	153	98.04%	

4. 不同群体毕业生就业情况

(1) 分性别毕业生就业情况

中国传媒大学 2016 届毕业生中,男生 1251 人,就业率为 96.16%;女生 2560 人,就业率为 96.92%。从就业去向分布看,男生签约工作、创业的比例高于女生,女生出国(境)留学、国内升学比例高于男生。

表 7 各学历层次毕业生分性别就业率与就业结构

	本科		硕士		博士		高职		总计	
	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女
签约工作	14.18%	12.30%	59.17%	49.34%	86.27%	74.51%	7.83%	1.68%	30.46%	28.48%
国内升学	15.04%	18.92%	4.39%	2.34%	3.93%	5.88%	9.57%	19.33%	10.79%	24.14%
出国(境)留学	11.75%	21.28%	0.26%	1.53%	-	-	5.22%	4.20%	7.11%	12.07%
灵活就业	52.29%	43.96%	27.65%	42.20%	7.84%	17.65%	56.52%	68.07%	17.68%	43.36%
创业	2.01%	0.44%	4.91%	0.92%	-	-	13.91%	5.88%	3.92%	0.86%
参军入伍	-	-	-	-	-	-	6.96%	-	0.64%	0.00%
志愿服务西部	-	0.15%	-	-	-	-	-	-	0.00%	0.08%
待就业	4.73%	2.95%	3.62%	3.67%	1.96%	1.96%	-	0.84%	3.84%	3.08%
就业率	95.27%	97.05%	96.38%	96.33%	98.04%	98.04%	100%	99.16%	96.16%	96.92%

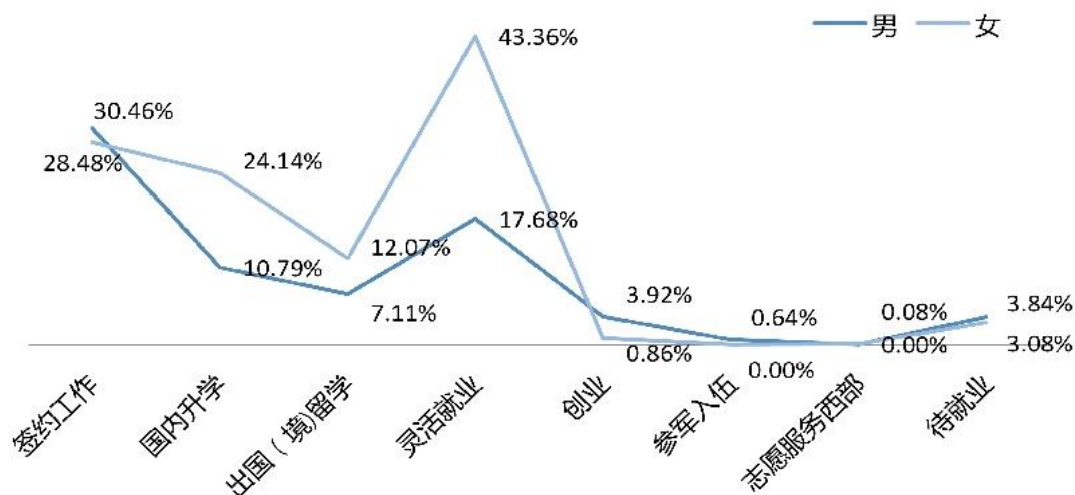


图 2 中国传媒大学 2016 届毕业生分性别就业情况

(2) 少数民族毕业生就业情况

中国传媒大学 2016 届毕业生共有少数民族毕业生 354 人,总就业率为 97.46%。其中,本科生 215 人,就业率为 96.28%;硕士生 111 人,就业率为 99.10%;博士生 10 人,就业率为 100.00%;高职毕业生 18 人,就业率为 100.00%,具体就业结构见表 8。

表 8 各学历层次少数民族毕业生就业率与就业结构

	本科		硕士		博士		高职		总计	
	少数民族毕业生 人数	比例	少数民族毕业生 人数	比例	少数民族毕业生 人数	比例	少数民族毕业生 人数	比例	人数	比例
签约工作	32	14.88%	69	62.16%	7	70.00%	-	-	108	30.51%
国内升学	18	8.37%	2	1.80%	-	-	1	5.56%	21	5.93%
出国(境)留学	28	13.02%	1	0.90%	-	-	1	5.56%	30	8.48%
灵活就业	122	56.74%	37	33.33%	3	30.00%	13	72.22%	175	49.44%
创业	6	2.79%	1	0.90%	-	-	2	11.11%	9	2.54%
参军入伍	-	-	-	-	-	-	1	5.56%	1	0.28%
志愿服务西部	1	0.47%	-	-	-	-	-	-	1	0.28%
待就业	8	3.72%	1	0.90%	-	-	-	-	9	2.54%
就业率	96.28%		99.10%		100.00%		100.00%		97.46%	

(3) 家庭经济困难毕业生就业情况

中国传媒大学 2016 届的 3811 名毕业生中,家庭经济困难毕业生有 481 人,就业率为 98.75%;非家庭经济困难毕业生 3265 人,就业率为 96.84%。不同家庭情况的毕业生总体就业率并无显著差异,但在出国(境)留学的选择上有较为明显的差异。

表 9 各学历层次家庭经济困难毕业生就业率与就业结构

	本科 家庭经济困难 毕业生		硕士 家庭经济困难 毕业生		博士 家庭经济困难 毕业生		高职 家庭经济困难 毕业生		总计	
	人数	比例	人数	比例	人数	比例	人数	比例	人数	比例
国内升学	66	23.08%	5	3.33%	-	-	3	6.82%	74	15.38%
出国(境)留学	4	1.40%	-	-	-	-	-	-	4	0.83%
灵活就业	166	58.04%	56	37.33%	-	-	31	70.45%	253	52.60%
签约工作	45	15.73%	83	55.33%	1	100%	4	9.09%	133	27.65%
创业	3	1.05%	1	0.67%	-	-	5	11.36%	9	1.87%
参军入伍	-	-	-	-	-	-	1	2.27%	1	0.21%
志愿服务西部	1	0.35%	-	-	-	-	-	-	1	0.21%
待就业	1	0.35%	5	3.33%	-	-	-	-	6	1.25%
就业率	99.65%		96.67%		100.00%		100.00%		98.75%	

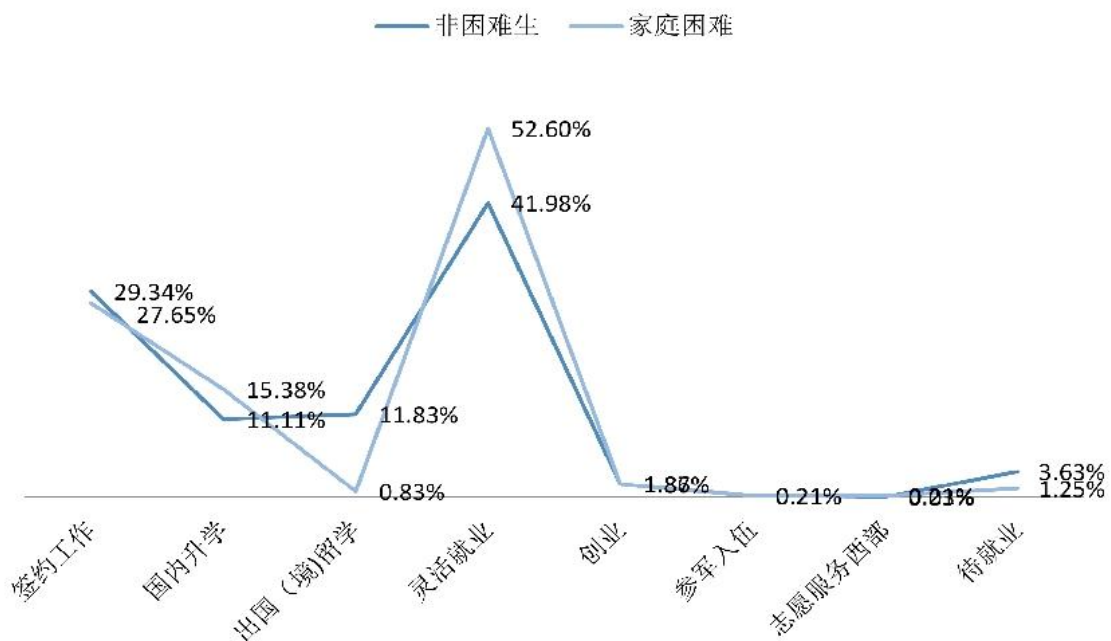


图 3 中国传媒大学 2016 届毕业生不同家庭经济情况群体就业情况

二、毕业生就业情况分析

(一) 继续深造情况

2016年,中国传媒大学毕业生在国内外继续升学深造的有842人,占毕业生总人数的22.09%。本科毕业生继续深造的有733人,其中,国内升学362人(49.39%)、出国(境)留学371人(50.61%);硕士毕业生继续深造的有56人,其中,国内升学40人(71.43%)、出国(境)留学16人(28.57%);博士毕业生继续深造的有8人。

1. 国内升学情况

2016年,中国传媒大学本科毕业生中有362人国内升学,占本科生总人数的17.61%。考取本校研究生人数为235(64.92%),考取外校研究生人数为127人(35.08%)。其中,21.82%升入“985”工程高校,93.92%升入“211”工程高校。

硕士毕业生中有40人国内升学,占硕士毕业生总人数的2.92%,其中,考取本校博士研究生人数为24人(60.00%),考取外校研究生人数为16人(40.00%),具体情况如下表。

表 10 中国传媒大学 2016 届本科毕业生升学情况统计

升学院校名称	人数	比例	升学院校名称	人数	比例
中国传媒大学	235	64.92%	中国政法大学	1	0.28%
中国人民大学	20	5.52%	东南大学	1	0.28%
北京大学	15	4.14%	对外经济贸易大学	1	0.28%
清华大学	10	2.76%	华南理工大学	1	0.28%
北京师范大学	9	2.49%	中国科学院计算机网络 信息中心	1	0.28%
北京邮电大学	8	2.21%	中国科学院声学研究所	1	0.28%

升学院校名称	人数	比例	升学院校名称	人数	比例
北京理工大学	6	1.66%	中国科学院信息工程所	1	0.28%
北京电影学院	5	1.38%	中国社会科学院研究生院	1	0.28%
中国科学院大学	4	1.10%	中央戏剧学院	1	0.28%
复旦大学	3	0.83%	外交学院	1	0.28%
南京大学	3	0.83%	北京交通大学	1	0.28%
北京外国语大学	2	0.55%	暨南大学	1	0.28%
中央财经大学	2	0.55%	北京体育大学	1	0.28%
中央音乐学院	2	0.55%	西南交通大学	1	0.28%
南开大学	2	0.55%	北京化工大学	1	0.28%
中山大学	2	0.55%	首都师范大学	1	0.28%
上海交通大学	2	0.55%	合肥工业大学	1	0.28%
国际关系学院	2	0.55%	汕头大学	1	0.28%
浙江大学	1	0.28%	首都师范大学	1	0.28%
同济大学	1	0.28%	西北工业大学	1	0.28%
武汉大学	1	0.28%	湖北大学	1	0.28%
厦门大学	1	0.28%	海南大学	1	0.28%
北京航空航天大学	1	0.28%	广东工业大学	1	0.28%
中南大学	1	0.28%	上海体育学院	1	0.28%
			总计	362	100%

表 11 中国传媒大学 2016 届硕士毕业生国内升学情况统计

升学院校名称	人数	比例	升学院校名称	人数	比例
中国传媒大学	24	60.00%	华南理工大学	1	2.50%
中国人民大学	3	7.50%	华中科技大学	1	2.50%
北京航空航天大学	2	5.00%	清华大学	1	2.50%
北京师范大学	2	5.00%	上海财经大学	1	2.50%
北京理工大学	1	2.50%	上海外国语大学	1	2.50%
复旦大学	1	2.50%	首都师范大学	1	2.50%
中国社会科学院研究生	1	2.50%	总计	40	100%

2. 出国（境）留学情况

（1）本科毕业生

中国传媒大学 2016 届本科毕业生出国（境）留学人数为 371 人，占本科生总人数的 18.04%。首选留学目的地为英国（33.42%），其次为美国（24.26%）、中国香港（13.75%）。

表 12 中国传媒大学 2016 届本科毕业生出国（境）留学情况

留学国家（地区）	人数	比例	留学国家（地区）	人数	比例
英国	124	33.42%	荷兰	3	0.81%
美国	90	24.26%	丹麦	3	0.81%
中国香港	51	13.75%	芬兰	3	0.81%
澳大利亚	25	6.74%	俄罗斯	3	0.81%
日本	23	6.20%	意大利	3	0.81%
法国	12	3.23%	中国台湾	2	0.54%
德国	8	2.16%	葡萄牙	1	0.27%
加拿大	5	1.35%	泰国	1	0.27%
韩国	4	1.08%	新西兰	1	0.27%
瑞典	4	1.08%	爱尔兰	1	0.27%
新加坡	4	1.08%	总计	371	100.00%



图 4 中国传媒大学 2016 届本科毕业生留学目的地（Top10）

录取中国传媒大学本科毕业生人数最多的前五位国（境）外高校分别是香港中文大学（Chinese University of Hong Kong）、伦敦大学国王学院（King's College London）、伦敦大学学院（University College London）、威斯敏斯特大学（University of Westminster）、悉尼大学（University of Sydney）（见表 13）。

表 13 录取中国传媒大学本科毕业生人数最多的前十所国（境）外高校

录取学校	人 数	地 区
香港中文大学	24	中国香港
伦敦大学国王学院	18	英国
伦敦大学学院	15	英国
威斯敏斯特大学	12	英国
悉尼大学	11	澳大利亚
香港浸会大学	11	中国香港
爱丁堡大学	10	英国
利兹大学	10	英国
纽约大学	9	美国
波士顿大学	9	美国

根据 2015-2016 年 TIMES 世界大学排名，我校出国（境）留学的 371 名本科毕业生中，有 79 人赴世界排名前 50 的高校留学，占出国（境）留学毕业生总数的 21.29%；71 名毕业生赴世界排名 50-100 名的高校留学，占出国（境）留学毕业生总数的 19.14%，主要院校流向详见表 14、15。

表 14 中国传媒大学本科毕业生赴 2015-2016 年 TIMES 世界排名前 50 大学留学深造情况

Times 排名	学校中文名称	人数	国家/地区
11	约翰·霍普金斯大学	3	美国
12	耶鲁大学	1	美国
14	伦敦大学学院	15	英国
15	哥伦比亚大学	5	美国
17	宾夕法尼亚大学	1	美国
18	康奈尔大学	1	美国
21	密歇根大学安娜堡分校	1	美国
22	卡耐基梅隆大学	1	美国
23	伦敦政治经济学院	1	英国
24	爱丁堡大学	10	英国
25	西北大学	1	美国
26	新加坡国立大学	1	新加坡
27	伦敦大学国王学院	18	英国
30	纽约大学	7	美国
33	墨尔本大学	3	澳大利亚
36	伊利诺伊大学厄巴那--香槟分校	1	美国
41	佐治亚理工学院	1	美国
43	东京大学	2	日本
44	香港大学	6	中国香港
总计		79	

表 15 中国传媒大学本科毕业生赴 2015-2016 年 TIMES 世界排名
50-100 大学留学深造情况

Times 排名	学校中文名称	人数	国家/地区
52	澳州国立大学	2	澳大利亚
55	南洋理工大学	2	新加坡
56	曼彻斯特大学	2	英国
56	悉尼大学	11	澳大利亚
58	阿姆斯特丹大学	1	荷兰
59	香港科技大学	1	中国香港
60	昆士兰大学	1	澳大利亚
64	波士顿大学	9	美国
68	南加州大学	7	美国
69	布里斯托大学	5	英国
70	杜伦大学	5	英国
73	莫纳什大学	2	澳大利亚
76	格拉斯哥大学	3	英国
80	华威大学	7	英国
82	哥本哈根大学	1	丹麦
82	新南威尔士大学	4	澳大利亚
86	圣安德鲁斯大学	1	英国
94	乔治敦大学	1	美国
97	谢菲尔德大学	6	英国
总计		71	

(2) 硕士毕业生

中国传媒大学 2016 届硕士毕业生出国（境）留学人数为 16 人，占硕士毕业生总人数的 1.17%。根据 2015-2016 年 TIMES 世界大学排名，我校 16 名留学硕

士毕业生中，有 2 名分别被加州大学洛杉矶分校（排名 16）和格罗宁根大学（排名 74）录取，硕士毕业生留学国家（地区）情况见表 16。

表 16 中国传媒大学 2016 届硕士毕业生出国（境）留学情况

留学国家（地区）	人数	比例	留学国家（地区）	人数	比例
美国	4	25.00%	泰国	2	12.50%
中国香港	2	12.50%	日本	2	12.50%
荷兰	1	6.25%	加拿大	1	6.25%
澳大利亚	1	6.25%	英国	1	6.25%
法国	1	6.25%	西班牙	1	6.25%

（二）签约情况

2016 年，中国传媒大学 2056 名本科毕业生中，266 人签约工作，占本科毕业生总人数的 12.94%，其中签订三方协议人数为 215 人，占签约人数的 80.83%；签订劳动合同 51 人，占签约人数的 19.17%。

1368 名硕士毕业生中 713 人签约工作，占硕士毕业生总数的 52.12%，其中签订三方协议人数为 571 人，占签约人数的 80.08%；签订劳动合同 142 人，占签约人数的 19.92%。

153 名博士毕业生中 120 人签约工作，占博士毕业生总人数的 78.43%，其中签订三方协议人数为 117 人，占签约人数的 97.50%；签订劳动合同 3 人，占签约人数的 2.50%。

1. 签约单位地域流向

2016 年，中国传媒大学毕业生签约地域以东部地区为主。其中，本科毕业生签约北京单位比例为 42.86%、签约上海单位比例为 1.50%、签约广州单位比例为 4.89%、签约深圳单位比例为 7.14%；硕士毕业生签约北京单位比例为 57.64%、签约上海单位比例为 2.10%、签约广州单位比例为 2.24%、签约深圳单位比例为

3.79%；博士毕业生签约北京单位比例为 56.67%、签约天津单位比例为 3.33%。

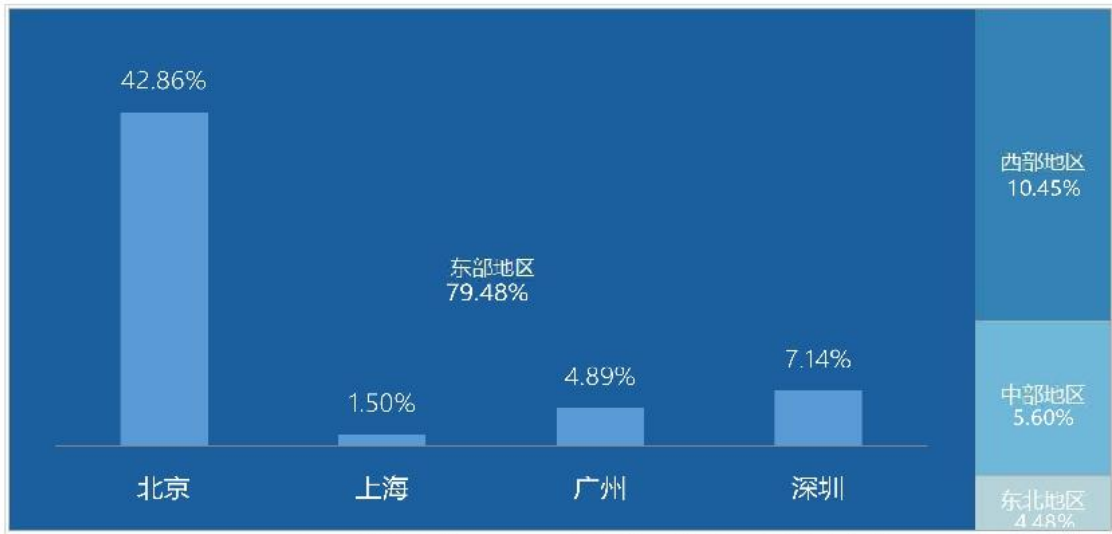


图 5 中国传媒大学 2016 届本科毕业生签约地域分布情况

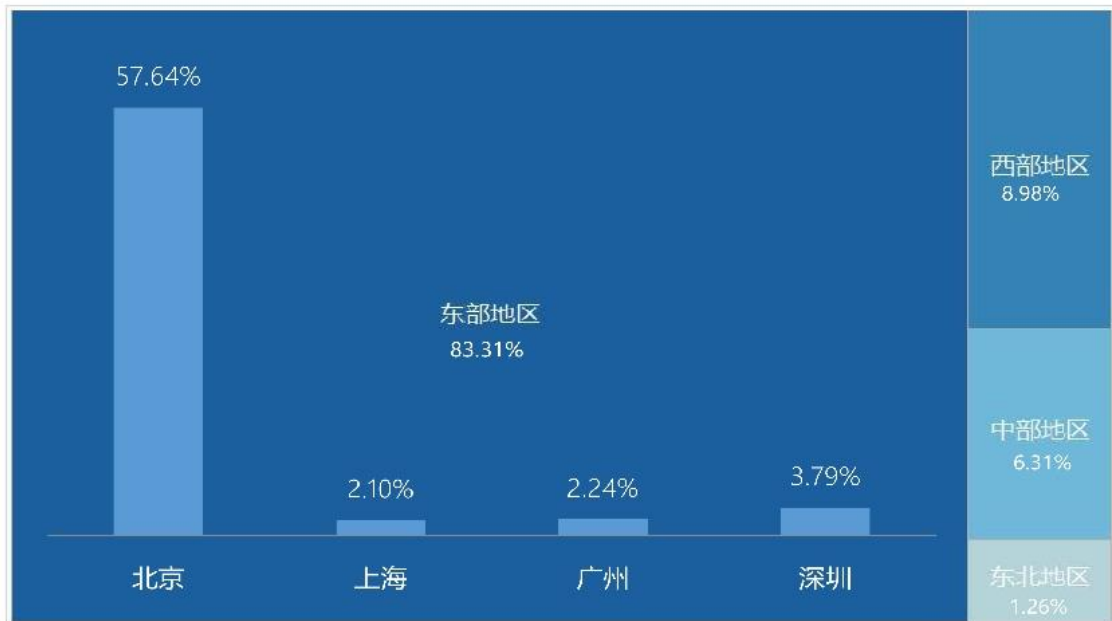


图 6 中国传媒大学 2016 届硕士毕业生签约地域分布情况

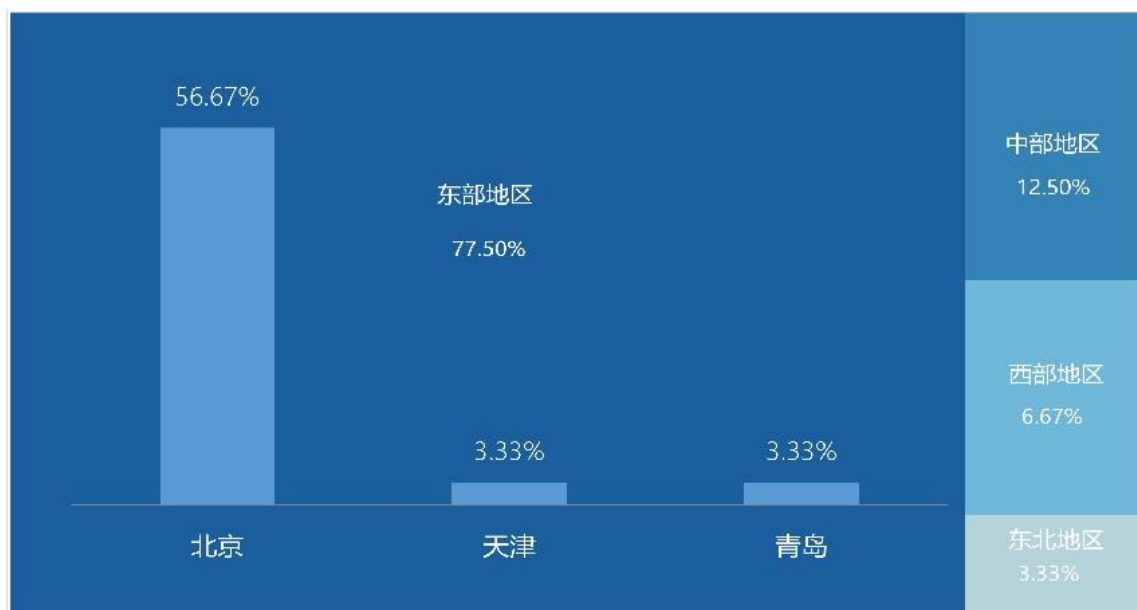


图 7 中国传媒大学 2016 届博士毕业生签约地区分布情况

2. 签约单位行业流向

2016 年，从具体行业流向来看，本科毕业生主要在“文化、体育和娱乐业”和“信息传输、软件和信息技术服务业”就业，其中流向“文化、体育和娱乐业”的毕业生占比为 50.37%；硕士毕业生则主要集中在“文化、体育和娱乐业”、“信息传输、软件和信息技术服务业”、“教育业”就业，其中流向“文化、体育和娱乐业”的毕业生比例为 34.64%。博士签约毕业生则主要去往“教育业”（77.50%）就业。

表 17 中国传媒大学 2016 届本科毕业生签约单位所属行业统计

签约单位所属行业	人数	比例
文化、体育和娱乐业	135	50.37%
信息传输、软件和信息技术服务业	48	17.91%
金融业	21	7.84%
公共管理、社会保障和社会组织	17	6.34%
教育业	10	3.73%
批发和零售业	9	3.36%
交通运输、仓储和邮政业	6	2.24%
租赁和商务服务业	4	1.49%

建筑业	4	1.49%
电力、热力、燃气及水生产和供应业	4	1.49%
科学研究和技术服务业	2	0.75%
志愿服务西部	2	0.75%
国际组织	1	0.37%
制造业	1	0.37%
卫生和社会工作	1	0.37%
房地产业	1	0.37%
住宿和餐饮业	1	0.37%
水利、环境和公共设施管理业	1	0.37%
总计	268	100.00%

表 18 中国传媒大学 2016 届毕业硕士研究生签约单位所属行业统计

单位所属行业	人数	比例
文化、体育和娱乐业	247	34.64%
信息传输、软件和信息技术服务业	127	17.81%
教育业	111	15.57%
公共管理、社会保障和社会组织	84	11.78%
金融业	31	4.35%
科学研究和技术服务业	28	3.93%
交通运输、仓储和邮政业	17	2.38%
制造业	15	2.10%
电力、热力、燃气及水生产和供应业	10	1.40%
批发和零售业	9	1.26%
房地产业	8	1.12%
建筑业	6	0.84%
租赁和商务服务业	5	0.70%
农、林、牧、渔业	3	0.42%
卫生和社会工作	3	0.42%
水利、环境和公共设施管理业	3	0.42%
军队	3	0.42%
采矿业	1	0.17%
住宿和餐饮业	1	0.14%
其他	1	0.14%
总计	713	100.00%

表 19 中国传媒大学 2016 届毕业博士研究生签约单位所属行业统计

签约单位所属行业	人数	比例
教育业	96	77.50%
文化、体育和娱乐业	12	10.00%
科学研究和技术服务业	3	2.50%
公共管理、社会保障和社会组织	3	2.50%
制造业	2	1.67%
信息传输、软件和信息技术服务业	1	0.83%
其他	6	5.00%
总计	123	100%

3. 签约单位性质分布

中国传媒大学 2016 届本科和硕士毕业生签约单位以其他企业、国有企业等企业类单位为主。本科毕业生签约企业类单位的比例为 70.12%，其中签约国有企业的比例为 21.79%；硕士毕业生签约企业类单位的比例为 52.18%，其中签约国有企业的比例为 25.39%。2016 届博士毕业生则主要签约高等教育和科研单位，比例达 75.18%。详情见图 8、9、10。

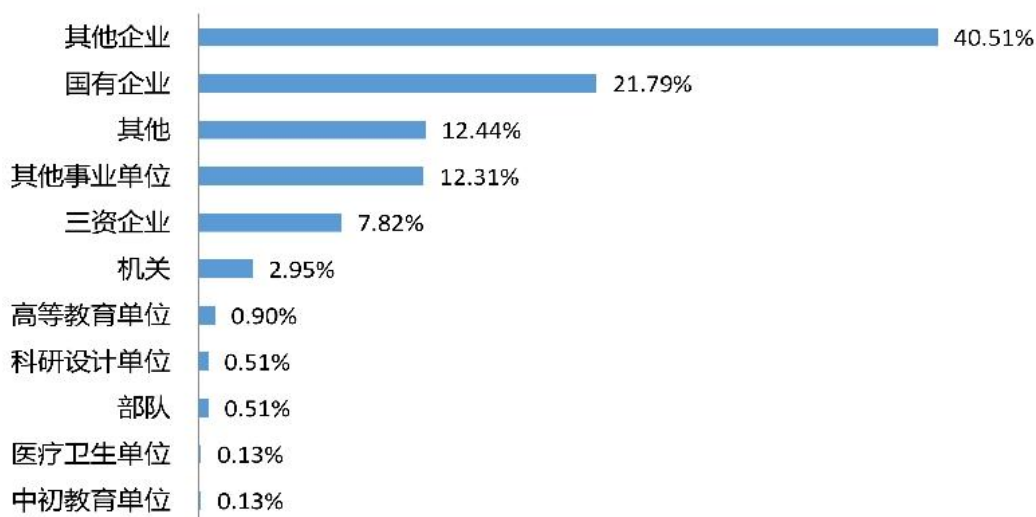


图 8 中国传媒大学 2016 届本科毕业生就业单位性质分布情况

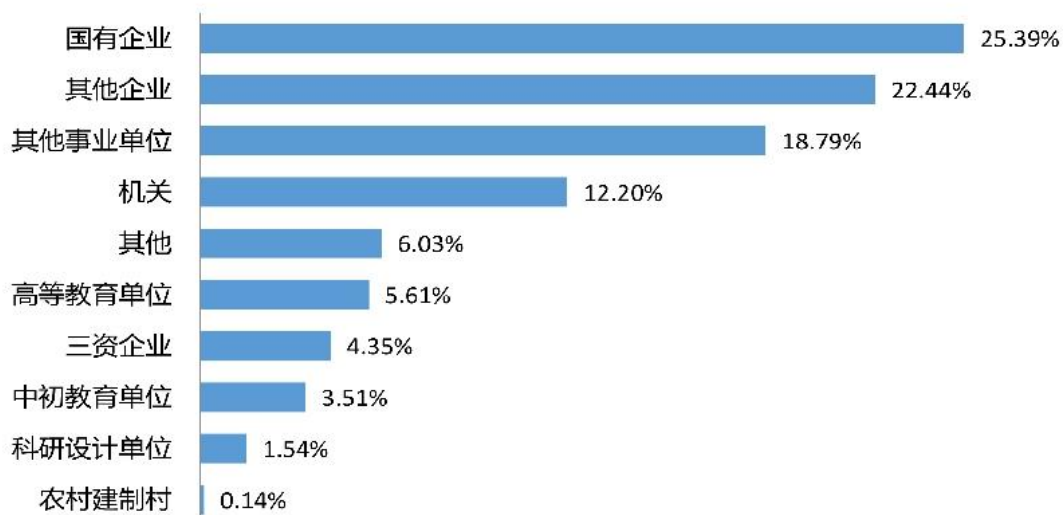


图 9 中国传媒大学 2016 届硕士毕业生就业单位性质分布情况

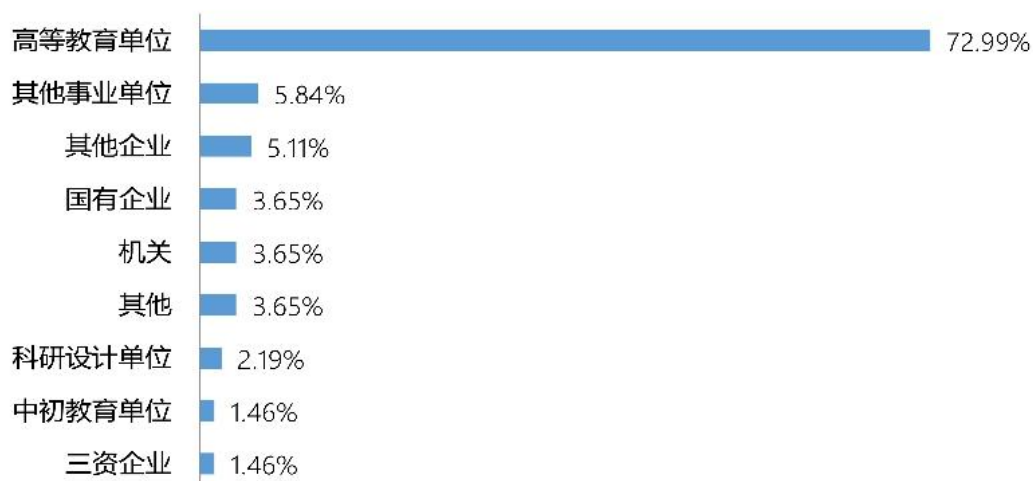


图 10 中国传媒大学 2016 届博士毕业生就业单位性质分布情况

4. 签约传媒行业类型

传媒类行业是中国传媒大学 2016 届本科和硕士毕业生的重要就业行业，主要集中在广播电视、平面媒体、新闻单位、网络新媒体、文化艺术及娱乐等领域。2016 年签约工作的 266 名本科毕业生中，126 人前往传媒类单位（47.37%），签约工作的 713 名硕士毕业生中，229 人前往传媒类单位（32.12%）。

其中，签约广播电视单位的本科、硕士毕业生占签约传媒单位总人数的比例分别为 57.14%、27.95%；签约网络新媒体单位的本科、硕士毕业生的比例分别为 15.87%、13.97%；签约文化、艺术及娱乐单位的本科、硕士毕业生的比例分别为 5.56%、8.73%；签约文化、艺术及娱乐单位的本科、硕士毕业生的比例分别为 5.56%、8.73%。

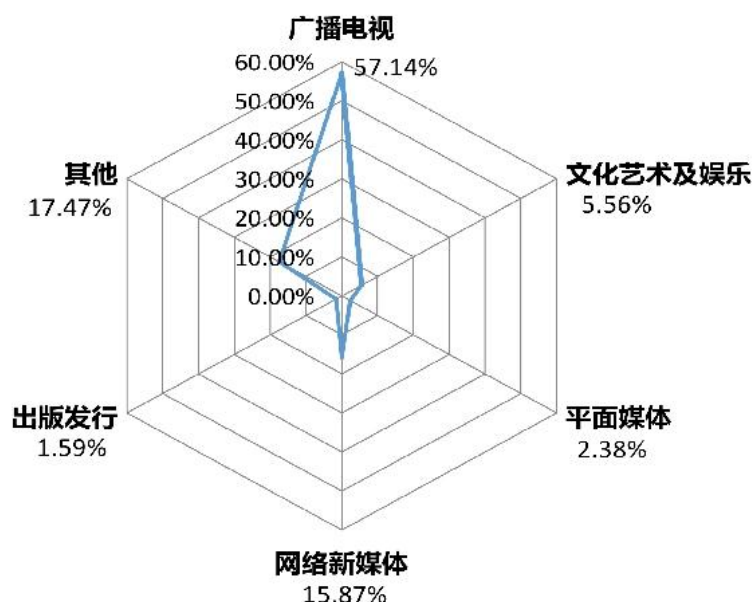


图 11 中国传媒大学 2016 届本科毕业生签约传媒类单位领域分布

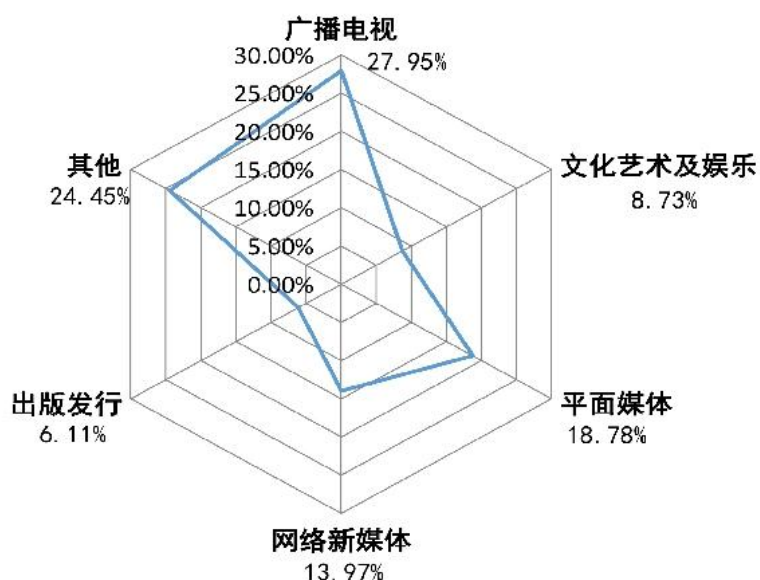


图 12 中国传媒大学 2016 届硕士毕业生签约传媒类单位领域分布

5. 主要签约单位

根据毕业生签约单位情况统计，中国传媒大学 2016 届本科和硕士毕业生以签约文化、体育和娱乐业等传媒类单位为主，博士毕业生签约高等院校比例较高，接收中国传媒大学毕业生人数最多的 10 家单位如表显示。

表 20 接收中国传媒大学 2016 届毕业生人数最多的 10 家单位

排名	签约单位名称	本科人数	硕士人数	博士人数	高职人数	总人数
1	浙江广播电视传媒集团有限公司	13	14	-	-	27
2	中国移动通信集团公司	6	18	-	-	24
3	新华社	10	8	1	-	19
4	中央新闻纪录电影制片厂(集团)	6	7	-	-	13
5	中央人民广播电台	5	5	2	-	12
6	江苏省广播电视总台(集团)	9	4	-	-	13
7	北京中视前卫影视传媒有限公司	-	-	-	11	11
8	辽宁广播电视台	8	2	-	-	10
9	人民日报社	-	8	1	-	9
10	江西广播电视台	6	2	-	-	8

(三) 毕业生创业情况

2016 年，我校共有 71 名毕业生创业，其中，少数民族创业学生占 12.90%。按学历层次分布看，本科生 20 人，占 28.17%；硕士 28 人，占 39.44%；高职学生 23 人，占 32.39%。按创业者性别分布看，男生占 69.01%，女生占 30.99%。

按照创业类型看，实体创业占 45.07%，工作室创业占 39.44%，网络创业占 15.49%。

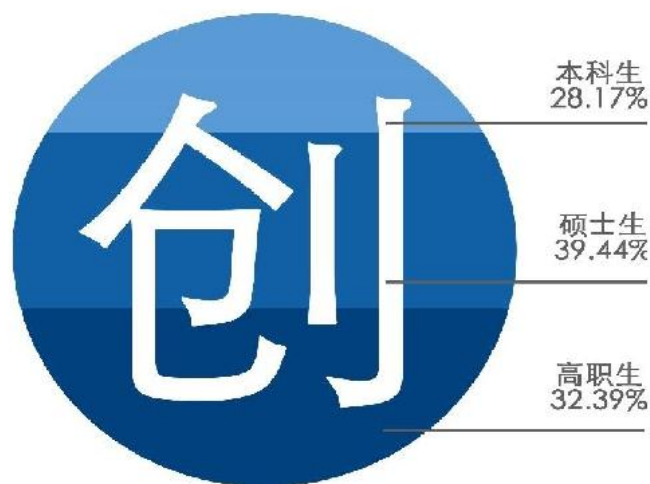


图 13 中国传媒大学 2016 届毕业生创业类型情况

表 21 中国传媒大学 2016 届毕业生创业类型分布

创业类型	本科生		硕士		高职		总计	
	人数	比例	人数	比例	人数	比例	人数	比例
实体创业	13	18.31%	16	22.54%	3	4.23%	32	45.07%
工作室创业	3	4.23%	10	14.08%	15	21.13%	28	39.44%
网络创业	4	5.63%	2	2.82%	5	7.04%	11	15.49%

按创业地域分布看，69.01%的创业企业（工作室）集中于北京。30.99%的创业毕业生选择返回生源地创业。

表 22 中国传媒大学 2016 届毕业生创业地域分布

创业地域分布	本科生		硕士		高职		总计	
	人数	比例	人数	比例	人数	比例	人数	比例
北京创业	15	21.13%	18	25.35%	16	22.54%	49	69.01%
生源地创业	6	8.45%	9	12.67%	7	9.86%	22	30.99%